

**Jaarverslag**

**Mediaraad**

**2021**

**Limburg**



<b>1</b>	<b>Voorwoord</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Mediaraad</b>	<b>4</b>
2.1	Onafhankelijke positie mediaraad in de governance-structuur van L1	
2.2	De bestuurlijke crisis bij L1 en de rol die de MR daarin vervuld heeft	
<b>3</b>	<b>Media-aanbodbeleid</b>	<b>5</b>
3.1	Taak en besluitvorming mediaraad	
<b>4</b>	<b>Media-aanbod</b>	<b>6</b>
4.1	Evaluatie media-aanbod 2020	
4.2	Activiteitenplan 2022	
4.3	Schema media-aanbod 2022	
<b>5</b>	<b>Bereikcijfers en trends</b>	<b>10</b>
5.1	Onderzoeken naar bereik	
5.2	Trend bereikcijfers: online, tv en radio	
<b>6</b>	<b>Vergaderingen</b>	<b>13</b>
6.1	Vergaderingen mediaraad	
6.2	Inrichting werkgroepen en profilering mediaraad	
<b>7</b>	<b>Samenstelling mediaraad</b>	<b>14</b>
7.1	Werving nieuwe leden	
7.2	Interne organisatie	

### Bewogen jaar

2021 was ook voor de mediaraad weer een bewogen jaar. Niet alleen hadden wij te maken met vacatures omdat zittingstermijnen afliepen, ook ging onze ondersteuner met pensioen. Door de ontwikkelingen binnen L1 hebben we - naast onze reguliere media raadactiviteiten rondom de programmering - relatief veel tijd aan organisatorische zaken moeten besteden. En dat alles veelal online door corona-maatregelen en besmettingen.

### Mediaraad op sterkte

Van een aantal leden van de mediaraad liep de termijn af. We zijn verheugd dat de vacatures die hierdoor ontstonden succesvol vervuld zijn. Zo is de continuïteit van de raad geborgd. Immers, zonder leden die allemaal een specifieke stroming binnen Limburg vertegenwoordigen, geen brede vertegenwoordiging van de Limburgse bevolking bij de mediaraad en dus geen brede dialoog over het media-aanbodbeleid en de vertaling hiervan in een activiteitenprogramma.

### Strategische aanbodbeleid

In 2021 hebben wij het zoals gebruikelijk vijf keer met de hoofdredacteur over de programmering gehad en daarbij de grenzen van het huidige strategische aanbodbeleid geraakt. Meer specifiek, we hebben het met elkaar en de hoofdredacteur gehad over doelgroepenbeleid (met name over jongeren) en de ontwikkeling naar online als medium voor programmering. In dat kader zijn wij ook blij dat er inmiddels een paar jongere Limburgers nu deel uitmaken van de mediaraad. Dat helpt ons om mee te bewegen met de ontwikkelingen op het gebied van distributie, die toch veelal via de jeugd uiteindelijk mainstream gaat worden.

### Compliment

Belangrijk is overigens te vermelden dat naast de bespiegelingen die wij binnen de mediaraad hebben gehouden rondom het aanbod van de toekomst, we ook hebben geconstateerd dat de vertaling van het bestaande media-aanbodbeleid in een activiteitenplan en dus programmering, op prima wijze heeft plaatsgevonden. In lijn met het afgesproken beleid, rekening houdend met de laatste corona-ontwikkelingen, en op een wijze die door het Limburgse publiek aantrekkelijk is gevonden. Dat blijkt uit de bereikcijfers (radio, tv, online) én de waardering die ons publiek heeft aangegeven. Een groot compliment waard voor alle mensen binnen L1 die hier samen met de redactie en hoofdredacteur invulling aan hebben gegeven!

Luc Verburgh  
Voorzitter mediaraad L1





## 2. Mediaraad

### 2.1 Onafhankelijke positie mediaraad in de governance-structuur van L1

De huidige governance-structuur van L1 is ingegaan per 1 juli 2019. De mediaraad heeft een onafhankelijke positie daarbinnen. De statuten van Stichting Omroep Limburg bevatten een aantal bepalingen, die deze onafhankelijkheid waarborgen. Ze vormen de basis voor het Reglement Mediaraad L1, naast uiteraard de bepalingen uit de Mediawet.

De Mediawet schrijft voor, dat een publieke omroep een orgaan heeft 'dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt en dat representatief is voor de belangrijkste in de desbetreffende provincie of gemeente voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen.' Over de werkwijze van de mediaraad zegt de Mediawet verder niets. De RPO (Regionale Publieke Omroep) heeft daarom een Handleiding gemaakt ter ondersteuning van de regionale mediaraaden. Deze Handleiding is bedoeld om meer eenheid in beleid van de regionale mediaraaden te stimuleren. De mediaraad L1 heeft deze Handleiding gebruikt bij het opstellen van zijn Reglement.

### 2.2 De bestuurlijke crisis bij L1 en de rol die de MR daarin vervuld heeft

De raad heeft op basis van het eigen reglement de mogelijkheid om ook ongevraagd zijn mening te geven (c.q. te adviseren) over aangelegenheden die direct verband houden met het media-aanbodbeleid. We hebben onze zorgen geuit over de bestuurlijke ontwikkelingen en vooral ook over de looptijd van de interventies die door de Ondernemingskamer zijn gedaan om de bestuurlijke crisis die in 2020 aan het licht kwam te kunnen bezweren. Het is voor kijkers en luisteraars van belang dat het vastgestelde media-aanbodbeleid gerealiseerd wordt, maar vooral dat de kwaliteit van de programmering op orde blijft. Vanuit dat perspectief blijft de raad een vinger aan de pols houden. Overigens wordt de mediaraad op een goede manier door de hoofdredacteur, de bestuurder en de voorzitter van de RvC geïnformeerd over de aanpak om uit deze crisis te geraken (zie ook hoofdstuk 6).



L1 Nieuwsshow



Yaël Weijenberg

## 3. Media-aanbodbeleid

### 3.1 Taak en besluitvorming mediaraad

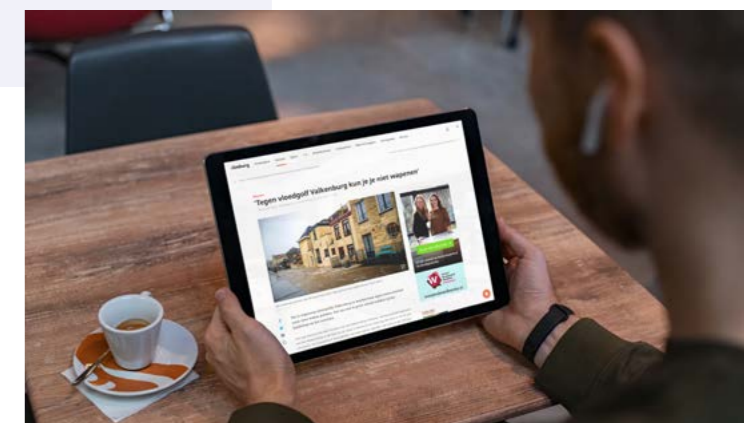
Met het media-aanbodbeleid geeft de mediaraad antwoord op de vraag wat L1 als regionale publieke omroep inhoudelijk wil bereiken met het media-aanbod via online-kanalen, radio en televisie. Door op deze wijze de prioriteiten van de mediaraad zo concreet mogelijk te beschrijven, zijn ze beter toetsbaar. In de jaarlijkse evaluatie wordt een relatie gelegd tussen het afgesproken beleid en het gerealiseerde media-aanbod.

In de Nota media-aanbodbeleid geeft de mediaraad het beleidskader aan. De huidige nota werd in mei 2019 vastgesteld en bestrijkt de periode van (medio) 2019 tot 2023. Langer vooruitkijken lijkt, in de beweeglijke wereld waarin L1 werkt, niet verantwoord.

De besluitvormingscyclus per kalenderjaar kent drie fasen:

- In februari/maart ligt er een evaluatie van het media-aanbod van het voorafgaande jaar ter tafel en vindt de eerste bespreking plaats van de hoofdlijnen van het Activiteitenplan voor het komende jaar, m.a.w. de uitgangspunten voor het media-aanbodbeleid.
- Voor de tweede fase van de cyclus volgt in mei een bespreking van de stand van zaken rondom de uitvoering c.q. aanpassing van het media-aanbodbeleid. Het Activiteitenplan, dat dan door de hoofdredacteur aan de mediaraad wordt voorgelegd, wordt vastgesteld. In het plan heeft de hoofdredactie de input verwerkt, die de mediaraad in februari/maart heeft meegegeven.
- Bij de derde fase, in oktober/november, vindt de vaststelling plaats van het programmaschema voor het komende jaar, dat in feite de concrete uitwerking is van het Activiteitenplan en de uitvoering van het media-aanbodbeleid.

In het nu volgende hoofdstuk zien we de generieke beleidsvormingscyclus met haar drie fasen toegepast op het jaar 2021.





## 4. Media-aanbod

### 4.1 Evaluatie media-aanbod 2020

De eerste fase, de evaluatie van het media-aanbod, is besproken in de vergadering van 15 maart 2021. Dit is gebeurd aan de hand van een notitie van de hoofdredacteur gebaseerd op het lopende activiteitenplan.

De zogenoemde Prestatie-overeenkomst van de gezamenlijke regionale media-instellingen met de minister legt ons verplichtingen op, die in het media-aanbod gerealiseerd moeten worden. Dagelijks moet er een actueel media-aanbod verzorgd worden. Dit betekent:

1. Voor de radio 24/7 uitzendingen, met overdag overwegend gepresenteerd media-aanbod bestaande uit nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek;
2. Op TV minimaal een half uur 'verse' televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie (incl. reclame en promo's);
3. Via de online-platforms 24/7 een website en app met dagelijks verversingen van het laatste nieuws, achtergronden en ander media-aanbod. Tenminste 50% van de duur uit het aanbod moet van informatieve, culturele en educatieve aard zijn en in het bijzonder betrekking hebben op de provincie. Aan deze afspraken heeft L1 in 2021 ruimschoots voldaan.

#### **Duiding, diepgang en dialoog**

Corona heeft ook voor het media-aanbod grote gevolgen gekregen. Er werden o.a. vele tientallen extra afleveringen gemaakt van het programma AvondGasten. Deze programmatitel heeft zich inmiddels ontwikkeld tot dé merknaam voor de TV-achtergrondprogramma's van L1 waarmee de drie D's waarop de mediaraad steeds hamert (duiding, diepgang en dialoog) op een uitstekende manier invulling krijgen. Naast de dagelijkse uitzendingen en de specials over corona wordt de L1-kijker via de maandelijkse AvondGasten Europa vanuit de studio's in Brussel geïnformeerd over Europese aangelegenheden die voor onze regio van belang zijn. De wekelijkse versie van AvondGasten Sport is populair. En dan zijn er nog de specials onder dezelfde titel over cyber-veiligheid, streektaal, het rapport Letschert en de Tweede Kamerverkiezingen.

#### **Cultuur**

De voertaal in de bijna dagelijkse kennisquiz Kwizzele is Limburgs, waarbij de uiteenlopende dialecten door een grote spreiding van de kandidaten over de hele provincie allemaal aan bod komen. Het programma wordt heel positief gewaardeerd en er is in 2021 ingezet op een voortzetting ervan in samenwerking met de vier Limburgse musea om hen meer over het voetlicht te brengen. Diverse bestaande cultuurprogramma's moesten door corona een andere formule krijgen en daarin is de redactie goed geslaagd. Sommige van deze formules zouden ook na corona heel goed bruikbaar kunnen zijn en daarmee een aanvulling vormen op de manieren om het media-aanbod in te vullen.

#### **Limburg-Doc**

De mediaraad is erg ingenomen met de beslissing van de Stichting Omroep Limburg om voor 2021 en 2022 een bedrag van €75.000 beschikbaar te stellen ten behoeve van het Limburg-Doc fonds. Er kunnen specifieke documentaires voor worden geproduceerd die helemaal passen binnen ons media-aanbodbeleid.

#### **Limburg Film Festival**

Nieuw was in januari 2021 de tv-versie van het Limburg Film Festival. L1 heeft zo'n dertig films van dit festival een podium kunnen bieden, omdat het fysieke festival moest worden afgelast. De prijsuitreiking was live op L1 TV. Natuurlijk ontbrak de typische festivalsfeer, maar het publieksbereik van de films en documentaires was groter dan ooit.

#### **Samenwerking**

Er was in het verslagjaar extra aandacht voor samenwerking met een achttal lokale omroepen. Het verder aanhalen van de banden moet leiden tot meer uitwisseling van nieuws en actualiteiten. Sommige programma's zullen er nieuwe impulsen door gaan krijgen.







Cultura Nova opening



Limburg Oet De Drup

### Bereik

Het motto 'Content is king, distribution is queen. And she wears the pants' heeft ons op de discussie gebracht hoe de kijker en luisteraar het beste bereikt kan worden. De toekomst zal nog meer dan nu al het geval is, een discussie over distributiekeuzes worden. Mooie en informatieve programma's maken is één, maar deze dan zodanig aanbieden dat je de doelgroep het beste bereikt is nog een ander verhaal en door steeds nieuwe technische ontwikkelingen een belangrijke discussie geworden. Op welke manier, voor welk device en via welk platform bied je programma's en informatie aan? Het fenomeen podcast bijvoorbeeld heeft een razend-snelle ontwikkeling doorgemaakt en biedt nieuwe mogelijkheden. Door recente renovatie van de radiostudio's bij L1 is het opnemen van een podcast overigens heel eenvoudig geworden.

### 4.2 Activiteitenplan 2022

Het Activiteitenplan is de inhoudelijke invulling -per jaar- van de nota media-aanbodbeleid, het beleidskader voor het media-aanbod. Het moet bij de bekostigingsaanvraag gevoegd zijn, als die uiterlijk 15 september door de Stichting Omroep Limburg bij het Commissariaat van de Media wordt ingediend. Gelet op de doorlooptijden voor het opstellen van de diverse stukken die daarbij van belang zijn, is de mediaraad al vroeg in dat proces aan het woord. In de vergadering van mei 2021 stelde de mediaraad het concept L1 Activiteitenplan 2022 vast, in de wetenschap dat er ook dat jaar als gevolg van de coronacrisis nog wijzigingen in aangebracht zouden kunnen worden.

### 4.3 Schema media-aanbod 2022

Het schema media-aanbod 2022 is de concrete uitwerking van het beleid op programmaniveau. In deze derde fase van de jaarlijkse beleidscyclus wordt het media-aanbod (de programmaschema's van radio, tv en online) bepaald voor het volgende jaar. De extra werkzaamheden voor de hoofdredacteur door corona en de bestuurlijke crisis leidden ertoe, dat het schema voor het specifieke media-aanbod in 2022 niet tijdig voor bespreking gereed kon zijn. De mediaraad heeft er begrip voor, dat dit niet eerder dan in februari 2022 geagendeerd kon worden. Gelet op het eerder vastgestelde Activiteitenplan kon het schema over het specifieke media-aanbod bovendien geen grote verrassingen opleveren.

Wat betreft radio werd het bestaande schema van 2021 gehandhaafd voor 2022. De luistercijfers stegen de laatste jaren fors en dus zit men op een goede lijn die we graag vasthouden. Echter, op verzoek van de redactie is in 2021 in onderling overleg een reorganisatieplan voor de redactie gemaakt. Een van de onderdelen daarvan is dat de hoofdredactie tegemoet is gekomen aan de wens om meer te investeren in online. Dit betekent dat er in de loop van 2022 zo'n 3 à 4 arbeidsplaatsen van radio en TV worden overgeheveld naar online. Zo'n keuze past bij de ontwikkeling dat online (website, apps, social media) hoge prioriteit verdient vanwege het veranderende mediagebruik van de burger. Of deze verandering ook effect heeft op de schema's voor radio en tv moet nog blijken. De mediaraad houdt de vinger goed aan de pols om erop toe te zien dat het vastgesteld beleid én activiteitenplan tot hun recht komen.



## 5. Bereikcijfers en trends

### 5.1 Onderzoeken naar bereik

L1 deed ook in 2021 mee aan twee landelijke bereikonderzoeken: Nationaal Luisteronderzoek (NLO) en Stichting Kijkonderzoek (SKO). Het laatste onderzoek is primair landelijk gericht en geeft twijfelachtige uitkomsten op regionale schaal. De onderzoeksgroepen zijn regionaal zeer klein (slechts 140 tv-meetkastjes in Limburg).

#### Motivaction

L1 participeert sinds enkele jaren ook in het doorlopende sectoronderzoek van Motivaction. In dat onderzoek wordt het gebruik van verschillende kanalen gemeten (radio, tv, online). NLO en SKO meten daarentegen op uurniveau. Beide onderzoeken zijn representatief, maar de uitkomsten kunnen niet worden vergeleken door verschillende opzet van de onderzoeken.

#### Constant verbeteren

De hoofdredacteur deed gedurende het jaar regelmatig verslag aan de mediaraad van de resultaten van de verschillende onderzoeken. Bereikcijfers zijn belangrijk om te meten in welke mate L1 succesvol is in het bereiken van het Limburgse publiek. Cijfertrends zijn altijd aanleiding om kritisch naar het media-aanbod te kijken. Echter, professionaliteit/kwaliteit is ook belangrijk. Dat is niet in harde cijfers uit te drukken, maar als professionele organisatie heeft L1 zelf wel opvattingen over kwaliteit/professionaliteit (i.c. inhoudelijke keuzes, presentatie). Door te praten over kwaliteit - ook in de mediaraad - werkt L1 constant aan de verbetering ervan.

#### Maatschappelijk relevant

Als publieke omroep leeft L1 vooral van belastinggeld. Dat schept de plicht om maatschappelijke relevante onderwerpen aan bod te laten komen in het media-aanbod. Dit vergt constante scherpte bij keuzes, waarbij de mediaraad voor de hoofdredacteur een belangrijke gesprekspartner is.

#### Bereik: 83%

Het vergroten van het totaalbereik blijft een ambitie van L1, omdat daarmee ook de impact van het media-aanbod groter wordt. Volgens het Motivaction-onderzoek bereikte L1 in 2021 met al zijn kanalen 83% van de Limburgse bevolking

## Het vergroten van het totaalbereik blijft een ambitie van L1.

(jaarberek). Het sectorgemiddelde was 80%. Het percentage van 83 is een lichte daling ten opzichte van 2020: 85%. De groei van het totaalbereik moet met name komen van online en radio. Bij televisie streeft L1 naar stabilisatie.

### 5.2 Trend bereikcijfers: online, tv en radio

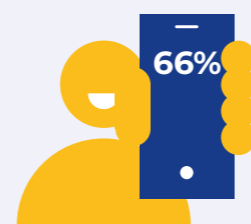
De metingen van Motivaction worden gebruikt voor rapportage in de Prestatieafspraken met de minister van OCW, zo hebben de dertien regionale media-instellingen afgesproken. Het Motivaction-onderzoek betreft kijkers/luisteraars/lezers tussen 18 en 75 jaar. In Limburg staat 1% voor ruim 9.000 mensen.

#### Radio

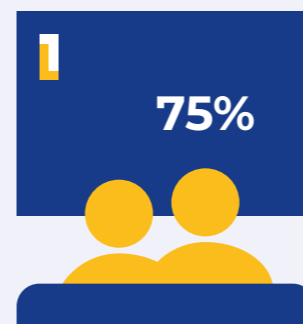
Volgens het doorlopende Motivaction-onderzoek is het jaarberek van radio in 2021 gedaald van 50 naar 48%. De doelstelling is dus niet gehaald. L1 lag 5% boven het sectorgemiddelde. De daling in het verslagjaar is opmerkelijk, omdat L1 Radio in het Nationaal Luister Onderzoek juist een stijging laat zien van het bereik.

Uit het NLO blijkt dat L1 Radio een topjaar achter de rug heeft. Het marktaandeel L1 Radio is in dit onderzoek in 2021 gestegen tot 13% tegen 9,9% in 2020. Dat is een toename van 30%. Vergeleken met 2019, toen de radioprogrammering is aangepast, is het een groei van zelfs 50%. Alleen RTV Noord doet het volgens het NLO beter in eigen provincie. De groei zit met name op de doorde-weekse dagen (7:00-19:00 uur), we weten de luisteraars veel langer vast te houden.

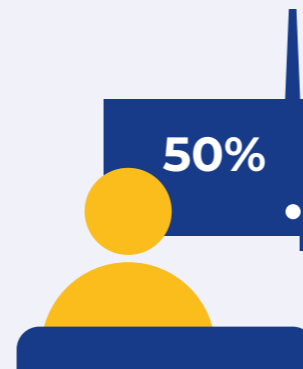
### Bereikdoelstelling



Online kanalen / 2022: 61%



TV-zender / 2022: 73%



Radiozender / 2022: 48%



Totaal bereik / 2022: 83%

### TV

Bij TV is het jaarberek uitgekomen op 73%. Dat is iets onder de doelstelling. De daling was iets groter dan we geacht hadden: van 76 naar 73% terwijl we 75% als doelstelling hadden. De dalende trend past in het landelijke beeld dat tv het bereik ziet teruglopen als gevolg van met name online groei. Omdat onze kijkers gemiddeld wat ouder zijn, wordt de daling bij tv gedempt. Sterker, de groep 50-plussers groeit, waardoor onze potentiële tv-doelgroep groter wordt.

### Online

Bij online, waarmee we jongere doelgroepen willen bereiken, was ons bereik in het Motivaction-onderzoek in het verslagjaar nagenoeg stabiel met 61%. Dat ligt wel nog flink onder onze doelstelling van 66%, maar boven het sectorgemiddelde (59%). Dat we bij de herstructurering van de redactie 3 à 4 fte's overhevelen van radio en/of tv naar online, past dus goed bij de ambitie om juist online te groeien. Feit is wel, dat we juist online te maken hebben met de meeste concurrentie.

In 2021 telden we bij L1 Limburg 141 miljoen bezoeken plus 32 miljoen via NOS-platforms plus zo'n miljoen bij L1.nl. Daarbij hoort wel de aantekening dat het online bezoek enorm piekte tijdens de overstromingen in Limburg.

### Nieuwe app

Een brede publiekscampagne bij de introductie van onze nieuwe app moet het aantal bezoeken in 2022 in elk geval een extra impuls geven. Een voordeel is dat al onze verhalen zonder betaling toegankelijk zijn, terwijl bij de krant het betaalmiddel steeds meer wordt toegepast. Dit voordeel kan ons helpen in het bereiken van onze doelstelling.

## Jaarberek totaal en per kanaal

	TV		Radio		Online		Totaal	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
RTV Drenthe	69%	71%	39%	39%	58%	62%	80%	83%
Omroep Flevoland	63%	62%	34%	34%	62%	59%	78%	77%
Omroep Fryslân	74%	74%	50%	49%	55%	55%	80%	82%
Omroep Gelderland	70%	69%	41%	41%	58%	58%	80%	81%
RTV Noord	78%	79%	51%	53%	72%	69%	89%	89%
L1	76%	73%	50%	48%	62%	61%	85%	83%
Omroep Brabant	73%	74%	43%	43%	65%	63%	85%	84%
NH	57%	60%	33%	36%	48%	48%	66%	69%
RTV Oost	69%	68%	43%	42%	61%	58%	81%	80%
RTV Utrecht	66%	66%	39%	40%	57%	58%	78%	78%
Omroep Zeeland	75%	75%	49%	50%	68%	68%	87%	88%
Omroep West	61%	61%	32%	33%	49%	49%	72%	73%
Rijnmond	67%	65%	49%	46%	57%	55%	80%	76%
Gemiddeld NL	69%	69%	43%	43%	59%	59%	80%	80%

## L1 Regionale omroep



## 6. Vergaderingen

### 6.1 Vergaderingen mediaraad

De mediaraad heeft in het verslagjaar vier reguliere vergaderingen gehad. Daarnaast zijn in het eerste deel van het jaar extra vergaderingen belegd met het oog op de bestuurlijke crisis bij L1. De mediaraad heeft weliswaar geen formele bevoegdheid in deze crisis, maar wil wel goed geïnformeerd zijn en blijven vanuit zijn toezichthoudende rol op (de kwaliteit van) het media-aanbod.

### Extra vergaderingen

Op 18 februari heeft de mediaraad hier een extra besloten vergadering aan gewijd. Dit heeft nog een vervolg gekregen op 15 maart met een besloten deel. Besloten in die zin, dat de hoofdredacteur hier niet bij is geweest. Op 22 maart heeft de mediaraad zich in diezelfde besloten setting voorbereid op een overleg met de raad van commissarissen (RvC) van L1. Een delegatie onder leiding van voorzitter Luc Verburgh heeft de vragen vanuit de raad op 2 april voorgelegd aan de RvC. De uitkomsten zijn in de vertrouwelijkheid van de raad teruggekoppeld op 17 mei. In de daaropvolgende vergaderingen van de raad zijn zowel de interim bestuurder als ook de interim voorzitter van de RvC telkens voor toelichting beschikbaar en zo mogelijk ook aanwezig geweest. De raad voelt zich op dit punt voldoende geïnformeerd.

De vergaderingen zijn in 2021 merendeels online gehouden als gevolg van corona. Alleen de vergadering van 13 september kon fysiek plaatsvinden. De hoofdredacteur heeft alle reguliere bijeenkomsten bijgewoond. De vergaderingen zijn voorgezeten door de voorzitter Luc Verburgh.

### Onderwerpen

De mediaraad heeft het afgelopen jaar, mede gevoed door informatie van de hoofdredacteur, haar onafhankelijke rol in het toezicht houden op de programmering en de realisatie van het media-aanbodbeleid van L1 goed kunnen uitvoeren. Naast dit toezicht is ook een aantal andere zaken aan de orde gekomen zoals:

- werving, benoeming en introductieprogramma nieuwe leden;
- afscheid van de ambtelijk secretaris en tijdelijke vervanging van deze rol;
- samenwerking met lokale omroepen;

- concessie beleidsplan;
- trend bereikcijfers;
- rapportage van de werkgroepen 'online' en de werkgroepen kijk- en luisteropdracht;
- vaststellen jaarverslag 2020 van de mediaraad;
- vaststellen vergaderschema 2022;
- bestuurlijke crisis L1.

### 6.2 Inrichting werkgroepen en profilering mediaraad

Met de benoeming van vijf nieuwe leden in 2021 en het verwachte terugtreden van drie leden in 2022, is een inhoudelijke overdracht van kennis noodzakelijk om de wettelijke taak goed te kunnen blijven uitvoeren. Met name kennis van de relevante onderdelen uit het Activiteitenplan en de uitvoering ervan. Dit is in 2021 deels gebeurd door van meet af aan de nieuwe leden actief te betrekken, maar ook door participatie in de vorm van werkgroepen. Deze werkgroepen kunnen specifieke onderwerpen uitdiepen en hun bevindingen ter discussie aan de mediaraad voorleggen. Zo bouwt de mediaraad voor zichzelf inhoudelijke kennis op die cruciaal is voor zijn functioneren.

### Werkgroepen

Twee werkgroepjes hebben zich in 2021 actief gebogen over de ontwikkeling van online-activiteiten in de media. Zij hebben bekeken hoe de drie D's (duiding, diepgang en dialoog) aan bod komen. De werkgroepen hebben in mei terugkoppeling gegeven van hun bevindingen. Op deze wijze hebben niet alleen de leden van de werkgroep online maar ook de overige leden een beter beeld van de ontwikkelingen op dat vlak. Daarbij is geconstateerd dat dit onderwerp regelmatig op de agenda van de mediaraad moet terugkomen. Een werkgroep 'kijk- en luisteropdracht' heeft in de eerste twee maanden gericht het tv-programma L1mburg Centraal en het radio-programma L1 Nieuwsshow bekeken respectievelijk beluisterd en aan de hand van gezamenlijk vastgestelde criteria van hun persoonlijke mening voorzien. Dit is besproken in de reguliere vergadering van september. De hoofdredacteur heeft hier zijn constructieve reactie op gegeven.



## 7. Samenstelling mediaraad

### 7.1 Werving nieuwe leden

De mediaraad is zodanig samengesteld dat hij representatief is voor de belangrijkste in de provincie voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen. Provinciale Staten beoordelen of de mediaraad hieraan voldoet. Met het oog hierop hebben Provinciale Staten van Limburg 15 stromingen aangewezen die in de mediaraad vertegenwoordigd moeten zijn.

Behalve met de vertegenwoordiging per stroming houden we ook rekening met diversiteit in leeftijd en geslacht, met culturele en etnische achtergronden en met spreiding van de woonplaats van de leden over de provincie.

### Vacatures voor 5 stromingen

De leden van de raad worden telkens voor een periode van 4 jaar benoemd. Zij kunnen éénmaal herbenoemd worden. In 2021 ontstonden vacatures voor 5 stromingen, waarvan vier wegens het bereiken van de maximale zittingsduur en een vanwege de terugtrekking door een net benoemde kandidaat voor de stroming Sport. De wervingsprocedure voor deze 5 vacatures kon succesvol worden afgerond.

### Inclusief en divers

Matheu Bemelmans, Jo Bertholet, Elmar Gehlen en André Timmermans moesten de mediaraad vanwege het bereiken van de maximale zittingsduur verlaten. De nieuw benoemde leden in hun plaats zijn respectievelijk Marco Luijk (Levensbeschouwelijke groeperingen), Aniek Bours (Recreatie en toerisme), Maarten Stoffels (Werkgevers/ondernemers) en Frank de Vries (Ouderen). De zetel voor de stroming Sport, die dus al eerder vacant werd, is ingenomen door Jim Falize. De raad is daarmee weer op volle sterkte. Elders in dit jaarverslag stellen de nieuwe leden zich aan u voor.

Door te focussen op inclusiviteit en gender zijn we er bij de werving van nieuwe leden in geslaagd om de mediaraad opnieuw te verjongen en bovendien het aantal vrouwen verder uit te breiden. Aan het einde van het verslagjaar kende de raad 9 vrouwen en 6 mannen. Daarnaast is er een mannelijke (onafhankelijke) voorzitter.

### Uitgebreid kennismaken

Vanwege corona kon het gebruikelijke kennismakingsbezoek aan LI voor de nieuwe leden niet meteen plaatsvinden. Bestuurder en hoofdredacteur ontvangen normaliter de nieuwe leden en laten hen kennismaken met de medewerkers aan de hand van een rondleiding door de diverse studio's en langs de verschillende afdelingen binnen de organisatie. Zodra de coronamaatregelen werden opgeheven zijn deze bezoeken weer opgepakt.

### 7.2 Interne organisatie

In de novembervergadering koos de mediaraad Frank de Vries tot zijn secretaris en werd Eveline Nelissen alvast verkozen tot opvolgster van de per 1 april 2022 vertrekkende vicevoorzitter Gabriele Gellings. Samen met de voorzitter bereiden zij de vergaderingen voor en vertegenwoordigen zij de raad bij diverse uitvoerende werkzaamheden.

### Ondersteuning

De mediaraad heeft de beschikking over een ambtelijke ondersteuning voor 24 uur per week. In het verslagjaar werd afscheid genomen van Mieke van Steen, die deze functie jarenlang tot grote tevredenheid van de raad uitvoerde. In afwachting van organisatieontwikkelingen binnen LI is besloten de functie vooralsnog in te vullen via een interim ambtelijk secretaris, die daarnaast ook werkzaamheden voor de Stichting Omroep Limburg vervult. De procedure voor een vaste invulling van deze functie wordt voor de zomer van 2022 afgerond.

## Samenstelling mediaraad per 31-12-2021

In het rooster van aftreden is te zien op welk moment leden benoemd werden en herbenoemd (kunnen) worden voor een tweede termijn van vier jaar. Ook is vermeld wanneer de tweede termijn van een lid eindigt en er dus een vacature ontstaat voor de betreffende stroming.

Start eerste termijn  
Start tweede termijn  
Einde zittingstermijn

lid / stroming	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
<b>Tülay Arslan (50), Roermond</b> <i>Culturele minderheden</i>										
<b>Aniek Bours (28,) Stein</b> <i>Recreatie en toerisme</i>										
<b>Jim Falize (26), Heerlen</b> <i>Stroming: Sport</i>										
<b>Gabriele Gellings (60), Maastricht</b> <i>Kunst en cultuur, tevens vicevoorzitter</i>										
<b>Daniëlle Feron-Roebroek (36), Beek</b> <i>Agrariërs</i>										
<b>Cäte van den Hadelkamp (69), Reuver</b> <i>Gehandicaptten</i>										
<b>Demi Janssen (18), Maasbree</b> <i>Jongeren</i>										
<b>Marco Luijk (59), Molenhoek</b> <i>Levensbeschouwelijk groeperingen</i>										
<b>Eveline Nelissen (55), Eijsden</b> <i>Vrouwenorganisaties</i>										
<b>Fred Offerein (61), Maastricht</b> <i>Natuur, bos en milieu</i>										
<b>Lidewij Radix (37), Ulestraten</b> <i>Onderwijs en educatie</i>										
<b>Maarten Stoffels (55), Venlo</b> <i>Ondernemers/Werkgevers</i>										
<b>Hakan Tasdemir (43), Venlo</b> <i>Werknemers</i>										
<b>Lonneke Truyen (33), Echt</b> <i>Welzijn en zorg</i>										
<b>Luc Verburgh (60), Bunde</b> <i>Onafhankelijk voorzitter</i>										
<b>Frank de Vries (65), Roermond</b> <i>Ouderen, tevens secretaris</i>										





**Aniek Bours (28), Stein stroming Toerisme & recreatie**

*Twee passies die bij elkaar komen; zo ervaar ik mijn rol binnen de mediaraad. Als marketing & communicatie specialist in de toerismebranche, ben ik van jongs af aan geïnteresseerd in het veelzijdige mediavereenwoordigingsland. Limburg is een uniek stukje Nederland op het gebied van toerisme en recreatie. Van adembenemende natuurlandschappen tot historische en moderne steden. En van onontdekte parels tot attracties met een provincie overstijgende aantrekkingskracht. Samen vormen deze een kleurrijk palet dat het toeristisch aanbod in Limburg maakt tot wat het is. 'Liefde voor Limburg' creëer je door zowel inwoners als bezoekers keer op keer te verrassen met deze bijzondere plek en te laten zien wat deze provincie op het gebied van recreatie en toerisme allemaal te bieden heeft. Met een goeie mix tussen traditionele en nieuwe media, is L1 de perfecte ambassadeur om enthousiasme te creëren voor het op ontdekkingstocht gaan in deze provincie.*



**Frank de Vries (65), Roermond stroming Ouderen**

*Na mijn pensioen was ik nog lang niet 'uitgewerkt'. Maar na meer dan 40 jaar werkzaam te zijn geweest bij vakbonden en in het onderwijs wilde ik ook eens iets héél anders. Die kans deed zich voor met het lidmaatschap van de mediaraad namens de stroming Ouderen. Meepraten over het media-aanbodbeleid en meedenken over het concreet maken daarvan voor de eigen achterban is een razend interessante en ook belangrijke activiteit. Bovendien werk je samen mee aan een ontzettend professioneel bedrijf met gepassioneerde medewerkers. Voldoende redenen om daar een deel van de vrijwilligersuren voor in te zetten.*

*Voeling houden met de groep die je vertegenwoordigt vind ik belangrijk. Nu ik een jaartje heb meegedraaid en bekend raak met de processen en spelregels ga ik mijzelf uitnodigen bij de achterban. Om uit te leggen wat het belang is van de mediaraad en om te horen wat men van L1 verwacht. Op die manier hoop ik niet alleen zelf wijzer te worden over wensen en ideeën die er leven, maar ook L1 een nog breder draagvlak te geven. In het belang van de Liefde voor Limburg.*



**Marco Luijk (59), Molenhoek Stroming Levensbeschouwelijke groeperingen**

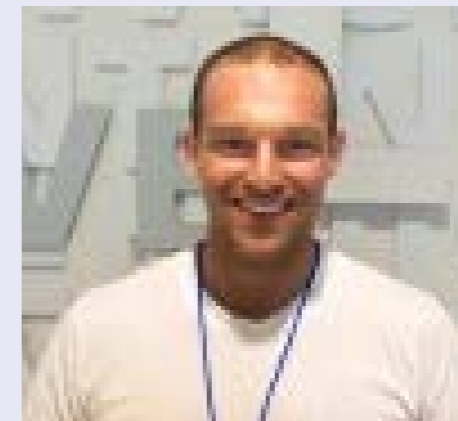
*De kerken maken zichtbaar deel uit van de Limburgse samenleving. Wat zou Limburg zijn zonder vastelaovend? Ik maak deel uit van de mediaraad vanuit de levensbeschouwelijke stromingen. Ik woon in Noord-Limburg en in mijn dagelijks leven ben ik classispredikant voor Limburg. Dat is een episcopale functie die inhoudt, dat ik toezicht uitoefen op de protestantse kerken. Dat probeer ik zo oecumenisch mogelijk te doen, en zodoende onderhoud ik ook hartelijke contacten met de katholieke kerk en andere stromingen. Ik ben blij met de actieve en betrokken omroep die L1 is. Het belang van een regionale omroep valt niet te onderschatten en het is goed dat de omroep ook ruimte maakt voor verdieping en levensbeschouwelijke kwesties, want die raken ons allemaal.*



**Maarten Stoffels (55), Venlo stroming Ondernemers/werkgevers**

*Als trotse inwoner van de Provincie Limburg ben ik een regelmatige luisteraar en kijker van L1. Als ondernemer en belangenbehartiger van het Limburgse bedrijfsleven let ik kritisch en met speciale aandacht op items over werkgelegenheid, innovatie en economie. Ook als nieuwszender en platform zijn regionale omroepen van bijzondere waarde voor het bedrijfsleven. We hebben dit recentelijk nog gezien tijdens de hoogwaterperiode en overstromingen in de gehele Provincie Limburg.*

*Ik ben sinds 1992 ondernemer en sinds 1995 belangenbehartiger en bestuurder binnen het MKB en grootbedrijf. Begonnen in engineering en machinebouw en nu sinds 10 jaar actief in procesverbetering, verandermanagement, teamontwikkeling en recruitment op basis van kunstmatige intelligentie en big data. Als vertegenwoordiger van de Limburgse ondernemers/werkgevers binnen de mediaraad van L1 vind ik het mooi dat ik een bijdrage mag leveren aan een weloverwogen media-aanbod-beleid waarin voldoende aandacht is voor de stroming die ik vertegenwoordig.*



**Jim Falize (26), Heerlen stroming Sport**

*Mijn naam is Jim Falize uit Heerlen en behoor tot de generatie Z. We worden ook wel 'Zoomers' genoemd. De eerste generatie die geen leven zonder internet kent. Ik ben als het ware opgegroeid met de smartphone en tablet in de hand. Van mijn idolen hangt geen poster boven mijn bed, maar ik volg hen op social media. Het is de generatie die op dit moment op school zit, studeert en/of net de arbeidsmarkt betreedt. Geboren tussen 1995 en 2010. Vaak hebben we ook meer feeling met leeftijdsgenoten aan de andere kant van de oceaan dan met oudere generaties in eigen stad of dorp.*

*Aan de andere kant ben ik als generatie Z ook opgegroeid met onzekerheden. Denk aan de terreur dreigingen en de nasleep van een crisis. Dit zorgt ervoor dat de generatie Z wel van aanpakken weet. We zorgen voor onszelf, hebben bijbaantjes en sparen. Allemaal van toepassing op mij! Geboren in 1995 en net werkzaam als LO-docent in Roermond op een middelbare school; turndocent in de breedtesport en topsport, waardoor ik ook in aanraking kom met de generatie Z en anderzijds de millennials (generatie Y).*

*Als vertegenwoordiger van de generatie Z en groot liefhebber en voorstander van sport hoop ik te kunnen meedenken over het sportprogramma-beleid dat L1 gaat brengen. Dat er voldoende diversiteit komt. Programma's die passen bij bijvoorbeeld de millennials, maar zeker ook bij mij als vertegenwoordiger van de generatie Z!*



## 8. Stromingen en organisaties

### 1. Agrariërs

#### **LLTB (Limburgse Land- en Tuinbouwbond)**

Postbus 960, 6040 AZ ROERMOND

### 2. Culturele minderheden

#### **Provinciaal Platform voor Diversiteit**

Poststraat 8-10, 6135 KR SITTARD

#### **S.M.K.K. (Stichting Meer Kleur en Kwaliteit)**

Postbus 276, 6130 AG SITTARD

### 3. Gehandicapten

#### **FGL-Limburg (Federatie van Gehandicapten-organisaties Limburg)**

Wambacherhof 66, 5932 GD TEGELEN

#### **SOL Limburg (Belangenbehartiging voor mensen met een verstandelijke handicap in Limburg)**

Postbus 5185, 6130 PD SITTARD

### 4. Jongeren

#### **Jeugdwerk Limburg**

Postbus 1048, 6040 KA ROERMOND

#### **Jong Nederland Limburg**

Marijkelaan 11a, 6074 AP MELICK

#### **Steunpunt Scouting Limburg**

Swentiboldstraat 21, 6137 AE SITTARD

### 5. Kunst en cultuur

#### **Stichting V.N.K. Limburg**

p/a Huis voor de Kunsten Limburg

Postbus 203, 6040 AE ROERMOND

#### **Stichting Popmuziek Limburg**

p/a Huis voor de Kunsten Limburg

Postbus 203, 6040 AE ROERMOND

#### **Stichting Sociaal Historisch Centrum voor Limburg**

Sint Pieterstraat 7, 6211 JM MAASTRICHT

#### **Veldeke Limburg**

p/a Huis voor de Kunsten Limburg

Postbus 203, 6040 AE ROERMOND

#### **LGOG (Het Koninklijk Limburgs Geschied- en**

#### **Oudheidkundig Genootschap)**

Postbus 83, 6200 AB MAASTRICHT

#### **Federatie van Musea in Limburg**

p/a Huis voor de Kunsten Limburg

Postbus 203, 6040 AE ROERMOND

#### **Cubiss Limburg**

Postbus 90114, 5000 LA TILBURG

### 6. Levensbeschouwelijke groeperingen

#### **Bisdom Roermond**

Postbus 470, 6040 AL ROERMOND

#### **Classis Noord-Brabant, Limburg en Réunion Wallonne**

Peppelhoven 15, 6225 GX MAASTRICHT

### 7. Natuur, bos en milieu

#### **Natuur en Milieufederatie Limburg (NMF Limburg)**

Kapellerpoort 1, 6041 HZ ROERMOND

#### **IVN District Limburg**

Godsweerderstraat 2, 6041 GH ROERMOND

#### **Stichting Het Limburgs Landschap**

Postbus 4301, 5944 ZG ARGEN

#### **Staatsbosbeheer Regio Zuid**

Postbus 330, 5000 AH TILBURG

#### **Natuurhistorisch Genootschap in Limburg**

Kapellerpoort 1, 6041 HZ ROERMOND

### 8. Onderwijs en educatie

#### **Stichting Limburgs Voortgezet Onderwijs**

Postbus 143, 6130 AC SITTARD

#### **Yuverta College**

Louis Eyssenweg 5, 6049 CD HERTEN

#### **Universiteit Maastricht**

Postbus 616, 6200 MD MAASTRICHT

#### **Zuyd Hogeschool**

Nieuw Eyckholt 300, 6419 DJ HEERLEN

#### **Vista College**

Postbus 1825, 6201 BV MAASTRICHT

#### **INNOVO, stichting voor Katholiek Onderwijs**

Postbus 2602, 6401 DC HEERLEN

#### **Gilde Opleidingen**

Postbus 1094, 6040 KB ROERMOND

#### **MOVARE Onderwijsstichting**

Postbus 12, 6460 AA KERKRADE

#### **Stichting Kindante**

Postbus 5156, 6130 PD SITTARD

#### **Fontys Hogescholen**

Postbus 558, 6130 AN SITTARD

#### **Fontys Hogescholen**

Postbus 141, 5900 AC VENLO

#### **SVO/PL (Stichting Voortgezet Onderwijs Parkstad Limburg.)**

Akerstraat 85-87, 6417 BK HEERLEN

### 9. Ouderen

#### **ANBO Limburg**

Sint Petershof 16, 6411 KG HEERLEN

#### **KBO (Katholieke Bond van Ouderen Limburg)**

Postbus 960, 6040 AZ ROERMOND

#### **PCOB (Protestants Christelijke Ouderenbond)**

Rozemarijnngaard 5, 6417 HD HEERLEN

#### **SOH (Senioren organisaties Heerlen)**

Johannes XXIII singel 25, 6416 GE HEERLEN

#### **FNV Senioren**

Schepenlaan 6, 6002 EE WEERT, Secretariaat.senioren@fnv.nl

#### **AVOS (Algemene Venrayse Onafhankelijke**

#### **Seniorenvereniging)**

Hagelweg 29, 5801 HB VENRAY

#### **Jongeren van Vroeger**

Riethstraat 45, 5931 PW TEGELEN

#### **ASV Zuidwest Limburg (Algemene Seniorenvereniging)**

Veeweg 3, 6142 AV EINIGHAUSEN

#### **Senioren voor Senioren HMM**

Middelburgstraat 32, 6415 BM HEERLEN

### 10. Recreatie en toerisme

#### **Visit Zuid-Limburg**

Postbus 820, 6300 AV VALKENBURG

#### **Maastricht Marketing**

Kleine Staat 1, 6211 ED MAASTRICHT

#### **VVV Midden-Limburg**

Markt 17, 6041 EL ROERMOND

### 11. Sport

#### **Huis voor de Sport Limburg**

Parijsboulevard 345, 6135 LJ SITTARD

### 12. Vrouwenorganisaties

#### **FAM!**

Minderbroederssingel 44, 6041 KK ROERMOND

#### **ZijActief Limburg**

Steeegstraat 5, 6041 EA ROERMOND

#### **KVG Limburg (Katholieke Vrouwen Gilde Limburg)**

Schansweg 56, 6325 PG BERG EN TERBLIJT

#### **LKV (Limburgse Katholieke Vrouwenbeweging)**

Kloosterplein 1, 6131 EP SITTARD

### 13. Welzijn en zorg

#### **Provinciale Raad voor de Volksgezondheid**

Postbus 5700, 6202 MA MAASTRICHT

#### **Stichting Burgerkracht Limburg**

Mercator 1, 6135 KW SITTARD

### 14. Werkgevers/ondernemers

#### **MKB-Limburg**

Steeegstraat 5, 6041 EA ROERMOND

#### **LWV, Limburgse Werkgeversvereniging**

Postbus 474, 6040 AL ROERMOND

### 15. Werknemers

#### **CNV Regio Limburg**

Postbus 2475, 3500 GL UTRECHT

#### **FNV Zuid Nederland**

Schepenlaan 6, 6002 EE WEERT

#### **VCP (Vakcentrale voor professionals)**

Postbus 90525, 2509 LM DEN HAAG





**1limburg**